



مدیریت و حسابداری / مدیریت بازرگانی

سید محمود

حسینی کشکوئی

شماره تماس:

رایانامه: Sm-Hosseini@sbu.ac.ir

وب سایت:

پرو فایل علم سنجی:

http://scimet.sbu.ac.ir/Seyedmahmood_Hoseinikashkooye

تحصیلات

■ دانشگاه تربیت مدرس، مدیریت

فعالیت‌های اجرایی

■ سرپرست گروه مدیریت کسب و کار، ۱۳۹۶-۱۳۹۸

■ مدیر گروه مدیریت بازرگانی، ۱۳۹۶-۱۳۹۹

کتاب

■ (راهبردهای رقابتی ایران در بازارهای هدف) صنعت کاشی و سرامیک

سیدمحمود حسینی کشکوئی

موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ایران، ۱۳۸۷، شابک: ۹۷۸۹۶۴۴۶۹۲۷۸۹

مقالات علمی چاپ شده در مجلات

■ A Proposed Combination of Formal and Entrepreneurial Approaches to Strategy Creation: A Multi-Case Study Approach

Seyedmahmood Hoseinikashkooye, Sayed Mahmood Hosseini
Health Biotechnology and Biopharma, Vol.10, pp. 39-60, 2020

■ A New Consideration on New Product Development Models

Mohammad Reza Hamidizadeh, Seyedmahmood Hoseinikashkooye, Maryam Akhavan Kharazian, Hossein Shojaei fard
International Journal of Automotive Engineering, Vol.8, pp. 2666-2671, 2018

■ Developing Macro-Segmentation Model at Industry Level Iranian Banking Industry

Mohamad Moqadasi, Seyedmahmood Hoseinikashkooye, Gholamhossein Assadi, Mohammad Reza Hamidizadeh
Money and Economy, 2016

■ CORPORATE COMPETITIVENESS A SYSTEMATIC REVIEW

Seyedmahmood Hoseinikashkooye, Manijeh Ghareche, Masoud Taheri
international journal of advanced studies in humanities and social science, Vol.1, pp. 1618-1635, 2013

■ Explanation and Evaluation of a Four Step model for Crisis Management Planning Process

Mohammad Reza Hamidizadeh, Seyedmahmood Hoseinikashkooye,

■ **تحلیلی کارکردی-ساختاری از نظام نوآوری بخشی در کسب و کارهای نوین، مورد مطالعه صنعت گل محمدی در ایران**
بهمن حاجی پور، حسین خصاف مفرد، سیدمحمود حسینی کشکوئیه، غلامحسین خورشیدی
کاوش های مدیریت بازرگانی

■ **ارائه الگویی برای منطق های شکل گیری شرکت های چند کسب وکاره ناهمگون در فضای کسب وکارهای ایران**
سیدمحمود حسینی کشکوئیه، سلمان عیوضی نژاد، بهمن حاجی پور، علی عبدالمهی
پژوهش های مدیریت در ایران، نسخه ۲۵، صفحات: ۱۳۶-۱۶۸، ۱۳۹۹

■ **تبیین الگوی تاب اوری بنگاههای تولیدی صنعت شوینده**
وحید حسین آبادی، منیژه قره‌چه، سیدمحمود حسینی کشکوئیه
کاوش های مدیریت بازرگانی، نسخه ۱۲، صفحات: ۳۵-۵۸، ۱۳۹۸

■ **شناسایی و تبیین عوامل موثر بر شکل گیری و توسعه شرکت های چند کسب و کاره ناهمگون**
سلمان عیوضی نژاد، سیدمحمود حسینی کشکوئیه، علی عبدالمهی، بهمن حاجی پور
پژوهش های مدیریت عمومی، نسخه ۱۳، صفحات: ۲۹۳-۳۱۸، ۱۳۹۸

■ **(ارائه رویکرد سناریوپردازی دوسطحی صنعت و بنگاه (مطالعه موردی: سناریوهای آینده کفش در ایران**
سیدمحمود حسینی کشکوئیه
ANNALES OF BIOCHEMISTRY، ۱۳۹۷، ۸۱-۱۰۷، صفحات: ۸۱-۱۰۷

■ **تبیین و توسعه مفهومی نظریه بازاریابی کارآفرینانه**
سیدمحمود حسینی کشکوئیه، منیژه قره‌چه، محمد اصولیان، مرضیه نصیری
چشم انداز مدیریت بازرگانی، نسخه ۱۸، صفحات: ۱۳-۳۵، ۱۳۹۷

■ **طراحی الگوی مشارکت مشتریان در فرآیند توسعه محصول جدید در صنعت خودروی کشور**
حسین شجاعی فرد، محمدرضا حمیدی زاده، سیدمحمود حسینی کشکوئیه، مریم اخوان خرازیان
چشم انداز مدیریت صنعتی، نسخه ۹، صفحات: ۱۹۵-۲۲۸، ۱۳۹۷

■ **(طراحی ماتریس جذابیت مداخله (مطالعه موردی: تحلیل بازیگران مداخله گر در سوریه**
سیدمحمود حسینی کشکوئیه
فصلنامه اندیشه و رفتار، صفحات: ۵۵-۷۵، ۱۳۹۶

■ **واکاوی مفهوم استراتژی سبد برند مبتنی بر مرور نظام مند**
شهریار عزیزی، منیژه قره‌چه، سیدمحمود حسینی کشکوئیه، فرزاد ترکمانی
مدیریت برند، نسخه ۵، صفحات: ۱۴۹-۱۸۰، ۱۳۹۶

■ **(شناسایی و تبیین رویکردهای خلق استراتژی (مطالعه نظری و تجربی در شرکت های منتخب ایرانی**
سیدمحمود حسینی کشکوئیه، بهمن حاجی پور، منیژه قره‌چه، هوشنگ نظامی وند چگینی
چشم انداز مدیریت بازرگانی، صفحات: ۳۱-۴۹، ۱۳۹۶

■ **چارچوبی برای راهبرد نظام مند نوآوری: مطالعه موردی بخش گیاهان داروئی و معطر در ایران**
بهمن حاجی پور، حسین خصاف مفرد، سیدمحمود حسینی کشکوئیه، غلامحسین خورشیدی

■ رویکرد کارآفرینی، رویکرد غالب خلق استراتژی در شرکت های موفق ایران
سیدمحمود حسینی کشکوئیه، بهمن حاجی پور، هوشنگ نظامی وند چگینی
مدیریت فردا، نسخه ۱۵، صفحات: ۴۱-۶۲، ۱۳۹۵

■ طراحی و تبیین الگوی اعتماد در بانکداری الکترونیکی
سیدمحمود حسینی کشکوئیه
صفحات: ۳۵-۵۵، ۱۳۹۵، Journal of Sciences Islamic Republic of Iran

مورد مطالعه رقابت انتخاباتی (ISM) شناسایی عوامل کلیدی موفقیت در رقابت انتخاباتی با استفاده از روش مدل سازی ساختاری-تفسیری
(مجلس شورای اسلامی شهر تهران)
بهمن حاجی پور، سیدمحمود حسینی کشکوئیه، ساسان زارع
مطالعات راهبردی بسیج، نسخه ۱۹، صفحات: ۱۲۹-۱۵۷، ۱۳۹۴

■ طراحی الگوی بازاریابی سیاسی در انتخابات محلی
بهمن حاجی پور، سیدمحمود حسینی کشکوئیه، ساسان زارع
چشم انداز مدیریت دولتی، صفحات: ۱۵-۳۹، ۱۳۹۴

■ طراحی الگوی ارزیابی جذابیت منابع هدف و رتبه بندی منابع از منظر نظام بانکی
محمد مقدسی، سیدمحمود حسینی کشکوئیه، غلامحسین اسدی، محمدرضا حمیدی زاده
چشم انداز مدیریت بازرگانی، نسخه ۶۰، صفحات: ۳۱-۴۹، ۱۳۹۴

■ پیکربندی سازوکارهای کنترلی در شرکتهای نوآور
سیدمحمود حسینی کشکوئیه
پژوهشهای اخلاقی، صفحات: ۱-۳۲، ۱۳۹۳

■ کارایی قابلیت های پویا در پویایی فنی و بازاری محیط
مریم نکویی زاده، سیدمحمود حسینی کشکوئیه، منیژه قره‌چه، عباسعلی حاجی کریمی
مطالعات مدیریت راهبردی، صفحات: ۳۹-۶۰، ۱۳۹۳

■ D-۸ الگوی راهبردی جاذبه توانبار صادراتی ایران در گروه
غلامحسین خورشیدی، غلامعباس علی پوریان، سیدمحمود حسینی کشکوئیه، علی اکبر امین بیدختی
مطالعات مدیریت راهبردی، صفحات: ۵۳-۷۷، ۱۳۹۳

■ الگوسازی مسیری ساختاری رابطه قابلیت‌های پویا و پویایی محیطی
مریم نکویی زاده، سیدمحمود حسینی کشکوئیه، منیژه قره‌چه، عباسعلی حاجی کریمی
چشم انداز مدیریت بازرگانی، صفحات: ۸۵-۱۰۳، ۱۳۹۳

■ طراحی و تبیین مدل شایستگی های راهبردی مدیران ارشد
بهروز دری‌نوگورانی، سیدمحمود حسینی کشکوئیه، منیژه قره‌چه، مریم بهرامی نسب
مطالعات مدیریت راهبردی، صفحات: ۱۹-۴۱، ۱۳۹۳

■ تبیین الگوی توسعه شایستگی های برند شخصی

سیدمحمود حسینی کشکوئیه، بهروز دری نوکورانی، فرخ قوچانی، اکرم هادی زاده مقدم، صدیقه صائمیان
مطالعات مدیریت راهبردی، نسخه ۵، صفحات: ۹۳-۱۱۲، ۱۳۹۲

■ کاوشی بر الگوی کنترل راهبردی سازمانی، رویکردی کارکردگرایانه و نمونه ای آرمانی
وحید خاشعی، سیدمحمود حسینی کشکوئیه، عباسعلی حاجی کریمی، علی رضائیان، مجتبی لشکر بلوکی
اندیشه مدیریت راهبردی، نسخه ۶، صفحات: ۳۴-۵، ۱۳۹۰

■ طراحی مدل فرایندی راهبرد پابرجا با استفاده از رویکرد ترکیبی
مجتبی لشکر بلوکی، سیدحمید خداداد حسینی، سیدمحمود حسینی کشکوئیه، محمدرضا حمیدی زاده
اندیشه مدیریت راهبردی، نسخه ۶، صفحات: ۱۲۱-۱۵۱، ۱۳۹۰

■ تبیین نقش راهبردی عملیات مدیریت زنجیره تامین در بهبود عملکرد شرکت مطالعه صنعت مواد غذایی ایران
سیدمحمود حسینی کشکوئیه، نرگس شیخی
مطالعات مدیریت راهبردی، نسخه ۳، صفحات: ۳۵-۶۰، ۱۳۹۰

■ تجزیه و تحلیل استراتژی های بازاریابی شرکت های خدماتی در دوران رکود
سیدمحمود حسینی کشکوئیه، مریم نکونی زاده، مریم مخزن قدیمی
چشم انداز مدیریت بازرگانی، نسخه ۱۰، صفحات: ۱۱۷-۱۳۹، ۱۳۸۹

■ طراحی مدل فرایندی تدوین راهبردی پابرجا در شرایط عدم قطعیت
سیدحمید خداداد حسینی، محمدرضا حمیدی زاده، سیدمحمود حسینی کشکوئیه، مسعود کسائی، مجتبی لشکر بلوکی
مطالعات مدیریت راهبردی، نسخه ۲، صفحات: ۸۳-۱۰۹، ۱۳۸۹

■ توسعه الگوی مزیت رقابتی پورتر و کاربرد آن در صنعت پتروشیمی ایران
سیدمحمود حسینی کشکوئیه، داریوش روزبهانه
مطالعات مدیریت راهبردی، نسخه ۲، صفحات: ۶۳-۸۲، ۱۳۸۹

■ درآمدی بر مدل آرمانی کنترل استراتژیک با ابعاد سازمانی، مورد مطالعه سند افق رسانه ملی
سیدمحمود حسینی کشکوئیه، وحید خاشعی
رسانه، نسخه ۲۲، ۱۳۸۹

■ تبیین روابط ذهنیت مشترک ظرفیت جذب دانش، نوآوری و انعطاف پذیری شرکت های دارویی کشور
سیدمحمود حسینی کشکوئیه، بهمن حاجی پور
فصلنامه علمی پژوهشی دانشگاه تربیت مدرس، نسخه ۱۲، صفحات: ۱۵۵-۱۷۶، ۱۳۸۷

■ بررسی و تحلیل نتایج خصوصی سازی در شرکت های واگذار شده بانک صنعت و معدن با رویکرد سنجش عملکرد
سیدمحمود حسینی کشکوئیه، حسین صفری، فرشید حسینی، عباس ابراهیمی، علی جمالی
پژوهشنامه بازرگانی (موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی)، صفحات: ۲۳۱-۲۶۷، ۱۳۸۶

■ (ایجاد مزیت رقابتی در صنعت با رویکرد عوامل کلیدی موفقیت) مطالعه موردی صنعت کاشی ایران
منیره پناهی، سیدمحمود حسینی کشکوئیه
پژوهشنامه بازرگانی (موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی)، صفحات: ۱۴۷-۱۷۸، ۱۳۸۵

مقالات علمی ارائه شده در همایش‌ها

■ طراحی و توسعه مدل ارتباطات یکپارچه بازاریابی برای فروشگاههای زنجیره ای ایران

محمد آقایی، احمد روستا، اکبر عالم تبریز، سید محمود حسینی کشکوئیه

هشتمین کنفرانس بین المللی مدیریت

پایان‌نامه‌ها و رساله‌های دکتری

■ (طراحی و تبیین الگوی تاثیر بازاریابی کار آفرینانه بر عملکرد بنگاه) با محوریت محیط صنعت

مرضیه نصیری

۱۳۹۸

■ طراحی و تبیین رویکردهای خلق استراتژی

هوشنگ نظامی وند چگینی

۱۳۹۷

■ طراحی و تبیین الگوی بخش بندی بازار از منظر نظام بانکی با رویکرد چرخه های تجاری و زنجیره ارزش صنایع

محمد مقدسی

۱۳۹۵

■ طراحی مدل نظری پیکربندی کنترل استراتژیک

عیسی پریزادی

۱۳۹۴

■ طراحی و تبیین مدل تاثیر گذاری قابلیت های پویا بر عملکرد شرکت ها

مریم نکویی زاده

۱۳۹۴

■ طراحی و تبیین مدل برند شخصی مبتنی بر شایستگی های فردی

صدیقه صائمان

۱۳۹۲

■ طراحی و تبیین مدل راهبردی موفقیت صادرکننده های فرآورده های نفتی

مسعود طاهری

۱۳۹۲

■ طراحی و تبیین مدل تاثیر مالکیت شرکتها بر راهبردهای تنوع بخشی

منیره پناهی

۱۳۹۱

■ > طراحی مدل تعاملی کنترل استراتژیک با ابعاد سازمانی و عملکرد > استراتژی ، تغییرات محیطی ، ساختار فرهنگ و تکنولوژی سازمانی

وحید خاشعی ورنامخواستی

۱۳۹۱

طراحی الگوی ارتباط بین گرایش بازار با گرایش یادگیری.گرایش نوآوری.مدیریت کیفیت جامع و عملکرد شرکتهای مواد غذایی پذیرفته شده در

■ بورس ایران

جمشید سالار

۱۳۸۹

■ پایان نامه های کارشناسی ارشد

■ مطالعه روندهای آینده پژوهی صنعت رستوران در تهران

محسن هنرور

۱۴۰۱

■ شناسایی و اولویت بندی عناصر تفکر استراتژیک در رقابت با تازه واردان به صنعت، مطالعه موردی: شرکت هوم کر

یاسر منصوری

۱۴۰۰

■ (NTBF) تاثیر استراتژی های نوآوری و سرمایه فکری بر مزیت های رقابتی در شرکت های دانش بنیان

محمد رضا عسگری یزدی

۱۴۰۰

■ ارزیابی اثر قابلیت های مالی بر عملکرد مالی شرکت با اثر میانجی مزیت رقابتی در بورس اوراق بهادار تهران

محمد قربانی

۱۳۹۹

■ شناسایی و ارائه استراتژی بازاریابی در شرایط تلاطم در شرکت های تولیدی کوچک و متوسط هرات

محمد قاضی زاده

۱۳۹۹

■ شناسایی و اندازه گیری مولفه های بازاریابی اخلاقی در صنایع منتخب

مهدی صدرزاده

۱۳۹۹

■ تاثیر جهت گیری بازار بر عملکرد کسب و کارهای موسیقی در فضای مجازی

مهزاد ضیائی گروی

۱۳۹۹

■ مورد مطالعه صنعت الکترونیک B۲B شناسایی و تبیین عوامل موثر بر ارتباط

مونا بیات

۱۳۹۹

■ شناسایی نقش مدیران ارشد در فعالیت های استراتژی باز

حمیدرضا تیموری نوده

۱۳۹۸

■ ارزیابی تاثیر ابعاد آمیخته محصول بر تصمیم خرید محصولات مواد غذایی

■ واکنش های مصرف کنندگان به سطوح تازگی طراحی و کشور مبدا

بهروز فرخ پی

۱۳۹۷

■ تاثیر برند مصرف کننده در رسانه های اجتماعی بر ایجاد مشتری ارزش مشتری

حانیه اسکندری

۱۳۹۷

■ تاثیر راهبردهای تنوع بخشی بر عملکرد شرکتهای بورس اوراق بهادار تهران

محسن ریاحی سامانی

۱۳۹۷

■ تاثیر سرمایه گذاری در بازاریابی رابطه مند بر قدردانی و وفاداری مشتری

سیمین بهارلوهوره

۱۳۹۷

■ شناسایی الزامات و سطوح برند سازی محصول در صنعت بیمه در شهر تهران (مورد مطالعه شرکت بیمه سامان

محمود زندکریمی

۱۳۹۶

■ بررسی تاثیر کانال توزیع بر صادرات شرکت های تولید کننده پوشاک

ریحانه بخشنده جزی

۱۳۹۶

بررسی روابط کیفیت خدمات ،رضایت مشتریان،وفاداری مشتریان و تبلیغات توصیه ای (مطالعه مجموعه باشگاه های بدنسازی خصوصی آقایان در

شهر تهران)

امیرمسعود روحانی نیا

۱۳۹۶

■ مطالعه عوامل موثر بر خرید مصرف کنندگان محصولات غذایی سبز

حسنى فیضی

۱۳۹۶

■ بررسی تاثیر ویژگی های شخصیتی و تاکتیک های مذاکره کنندگان بر پیامد های مذاکره

سپیده صابری

۱۳۹۶

■ ارزیابی تاثیر کیفیت ارتباط شرکت با واسطه خارجی در عملکرد صادرات

آرزو حیدری

۱۳۹۶

■ سنجش تاثیرات موسیقی بر عواطف مخاطبین تبلیغات تلویزیونی بوسیله مغز نگار برقی و ردیاب چشم

محمدعلی ثابت قدم

۱۳۹۶

■ در سناریو نویسی GBN در ایران با رویکرد B۲C آینده نگاری در حوزه تجارت الکترونیک

نرگس ملائی

۱۳۹۵

■ شناسایی و الویت بندی عوامل حفظ مشتریان پایدار مورد مطالعه: شرکت هلدینگ صنایع مفتولی ایران

محمد صادقی

۱۳۹۵

■ ارزیابی عوامل موثر در وفاداری مشتریان در زمینه بازارهای صادراتی قیر براساس مدل بازاریابی رابطه مند

لیلا فتحی

۱۳۹۴

■ عوامل رفتاری موثر در انتخاب بانک –مورد مطالعه بانک سامان

مریم الطافی

۱۳۹۴

■ شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر در موفقیت عرضه محصول جدید در صنایع غذایی استان البرز

ملیحه کرمانشاهی

۱۳۹۴

■ شناخت عوامل موثر بر انتخاب استراتژیهای قیمت گذاری در شرکتهای تولیدی مواد غذایی

سمانه قلی پور

۱۳۹۴

■ شناسایی عوامل اثر گذار بر نگرش مشتریان به توسعه برند و اثر این نگرش بر رفتار ایشان

آیدا نیگی قلعه:

۱۳۹۳

■ هدفگیری و زمانبندی فعالیت های ترفیعی برای تعیین جهش محصولات جدید با تکیه بر رویکرد مبتنی بر عامل

زهرا امینی

۱۳۹۳

■ بررسی عوامل موثر بر جلب توجه مصرف کنندگان در بیلپورد تبلیغاتی

زهرا فریدنی ترک زاده

۱۳۹۲

■ شناسایی و ارزیابی جایگاه بانک مسکن در بازار خدمات بانکی ایران

نینا ابوالحسنی

۱۳۹۲

■ شناسایی ابزارهای فناوری اطلاعات جهت ورود به بازارهای جهانی برای کسب و کارهای کوچک تولید کننده نرم افزار

صابر سلیمانی

۱۳۹۲

■ (ارزیابی اثربخشی استراتژیهای جایگاه یابی از دیدگاه مصرف کنندگان در صنعت فرش (مطالعه موردی: فرش ستاره کویر یزد

فرزانه ادیب فر

۱۳۹۱

■ بررسی تاثیر عوامل ساختاری و رفتاری بر اعتماد و تعهد در شبکه توزیع لوازم خانگی

مجید حسنی نژاد

۱۳۹۱

■ (آینده نگاری توسعه محصول با رویکرد برنامه ریزی بر پایه سناریو) مطالعه موردی صنعت نفت

محمدامین قلمبر

۱۳۹۰

■ تبیین نحوه اثر گذاری یکپارچگی زنجیره تامین بر عملکرد شرکت

نرگس شیخی

۱۳۹۰

■ تحلیل تاثیرات کشور مبدا و شهرت شرکت بر ایجاد اعتماد اولیه در خریدار

پیمان کریمی

۱۳۹۰

■ سنجش سطح همسویی میان استراتژی های کسب و کار و استراتژی های فناوری اطلاعات در شرکت مگفا

محمد حسین برهان مجرد

۱۳۸۹

■ تاثیر معروفیت فروشگاه و قیمت بر کیفیت درک شده محصول جدید: مطالعه موردی بازار عسل

وحید رحمانی

۱۳۸۹